



**UAEM**

Universidad Autónoma  
del Estado de México



# UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MÉXICO

---

---

**FACULTAD DE CIENCIAS POLITICAS Y SOCIALES**

**“EL TREN DE LA ILUSIÓN: La construcción del  
Cine-arte”**

**ENSAYO**

PARA OBTENER EL TÍTULO DE:  
LICENCIADO EN COMUNICACIÓN

**PRESENTA**

**JESÚS ELÍAS LUJAMBIO OROPEZA**

DIRECTOR: DR. GUSTAVO A. GARDUÑO OROPEZA

Toluca, Estado de México; Mayo de 2015

# Índice<sup>1</sup>

Introducción: Guión	3
I. Pre-producción: El conocimiento	9
II. Producción: El Ver	23
III. Montaje: El Crear-Ver-Interpretar	39
Conclusión: Proyección	47
Bibliografía	51

---

<sup>1</sup> N.A: Los capítulos se nombraron bajo la estructura de creación de un producto cinematográfico. Sin hacer referencia sólo a ese proceso durante el capítulo.

# Guión

## Introducción

*Hablar de sueños es como hablar de películas, ya que el cine utiliza el lenguaje de los sueños; los años pueden pasar en segundos y se puede saltar de un lugar a otro. Es un lenguaje hecho de imagen. Y en el verdadero cine, cada objeto y cada luz significa algo como en un sueño.*

**Federico Fellini**

## **INTRODUCCIÓN**

La materialización de los sueños en realidades artísticas-creativas se ha convertido un escape a una realidad dura. La mejor evidencia de estos sueños realizados se llama cinematografía.

Creada como la máquina para dejar volar nuestra imaginación con imágenes, sonidos y sensaciones, ha sido parte fundamental del desarrollo social y tecnológico en el último siglo, dando paso a realidades que en el siglo XXI vemos cotidianas: como el acercamiento de la información visual a los espectadores, y la masificación de las entradas cinematográficas.

Todos estos alcances han ido creando una mitología con forma a la de concepción cinematográfica, a raíz de la cual el cine es visto como un medio o un producto artístico que se desarrolla en las salas de proyección; es ahí donde hacemos una separación de los otros “medios”, en un espacio de identificación. El cine está en las salas.

Partiendo de esta base mitológica que se ha creado bajo un espectro de concepción e interacción, el presente ensayo, abarca la formación de la cinematografía más allá de su circuito de proyección, para abordarlo como una forma de comunicación compleja, poseedora de un lenguaje propio y en una búsqueda de entender este medio de comunicación como arte, separándose de los medios tradicionales (tv. Prensa radio etc.). Una reflexión con la finalidad de acercarse a la cinematografía como un producto individual de expresión y por tanto, de interpretación.

Esto en base a que la estructura lingüística cinematográfica se ha constituido y separado de las estructuras narrativas de los otros medios, teniendo una proyección más hacia lo artístico y expresivo del autor, gracias a su evolución histórica,

pero que hemos encontrado una pérdida de esta expresión con lo transmitido por la industria a la cinematografía.

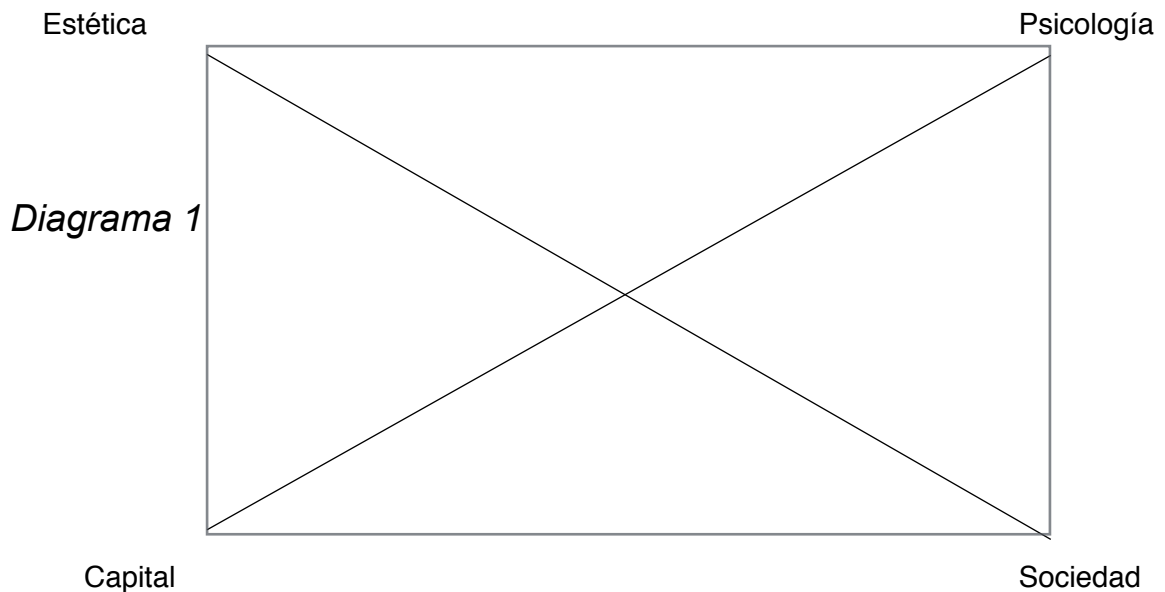
Esta pérdida se ha visto reflejada en una evolución de una industria que parece acercarse tanto formalmente como económicamente y por consecuencia en su narrativa formal a otros medios de comunicación, particularmente la televisión. Un ejemplo que podemos encontrar es la necesidad de hacer franquicias todas las películas (secuelas, remakes, precuelas etc.) sin tener una lógica expresiva, convirtiéndose en capítulos de una serie televisiva de 90 o más minutos, con intervalos de un año.

Así mismo podemos mencionar en una repercusión a nivel de expectación y creativa al sólo ver un alcance corto de la cinematografía y que se cree una desarticulación de una narrativa formal, en base a un lenguaje propio, del arte cinematográfico. Y dada su masificación, por las nuevas plataformas y modos de distribución (Plataformas de Internet, Discos de almacenamiento) ha provocado una familiarización, y a su vez un dominio referencial por parte de los productos “comerciales”. Y a su vez, en el espectro social, una socialización e interpretación a partir de estos productos que llamaremos de una estética laxa.

Entonces cabe preguntar, hasta dónde funciona el cine como arte y que articulaciones podría tener. ¿El cine se puede ver como un arte en proceso de pérdida o evolución de su narrativa? Y a partir de esta identificación ¿Qué control tiene la industria sobre los contenidos artísticos? Y ¿estamos recibiendo la información completa en las proyecciones cinematográficas? ¿O estamos interpretando y clasificando al cine desde una lógica de otros medios de comunicación, como la televisión o los productos de Internet? Esto unido a la separación y entendimiento de cada uno de ellos.

Para dar respuesta a esta serie de preguntas, proponemos un diagrama de análisis bajo las ideas de consumo e interacciones sociales de la Industria Cultural de Thomas Adorno, estructurado en cuatro puntos que consideramos ejes rectores de la producción cinematográfica en todos sus alcances actuales, para entender

a los productos cinematográficos desde su concepción individual, y sus interacciones constantes:



Entendiendo como:

- *Capital* a la estructura económica que se ha formado bajo la industria de la cinematografía en Norte América, sobre todo en Estados Unidos y México, que Frederic Martell menciona en su Libro *Cultura Mainstream* en la que la el *capital* guía la forma de distribución cinematográfica, la selección y la producción de nuevas historias y las relaciones establecidas entre productoras.
- *Estética*: la estructura formal del lenguaje cinematográfico en un producto narrativo complejo e individual, como maneja Antonio Costa en su libro *Saber ver el cine*. Basado en la evolución y formalización histórica y creativa que ha tenido desde su concepción, y marcada por el uso de la narrativa fílmica, estructurada a partir de la concepción unificadora que se dio con la vanguardia cinematográfica y los choques individuales. Entendiendo como vanguardia cinematográfica a las escuelas y movimientos artísticos en base a una estética y a una construcción narrativa identificadora y/o propia, que ayudaron a la construcción de la lingüística cinematográfica.
- *Psicológica* basada en dos elementos individuales pero complejos:

- La del artista, el creador cinematográfico, quien a partir de experiencias de vida, elementos individuales (creencias, conocimientos, concepciones de carácter visual o narrativo), así como referencias, citas o adaptaciones de otros autores utilizados en su obra<sup>2</sup>, se traducen en su cinematografía como un estilo característico, un sello personal que define a una autor como cineasta.
- La recepción individual del espectador, quien en su convivencia con un film, realiza la interpretación de éste teniendo como referente su propia visión del mundo, su personalidad y su bagaje cultural, el cual, contiene un panorama personal sobre la cinematografía.
- *Sociedad*, que a partir del consumo de mercancías cinematográficas determina el grado de aceptación o rechazo de un film, un proceso de interacción y permeación del texto cinematográfico que tiene lugar en la estructura cultural, como la comprensión y descodificación de contenidos reflejada en la demanda social de un producto o mercancía cultural. Basado en el libro *Ideología y cultura moderna. Teoría crítica social en la era de la comunicación de masas* (Thompson, 1993: 183-253).

Bajo esta lógica de interacción de cuatro elementos básicos para la concepción, interpretación e idealización de la cinematografía vamos desmembrando un producto para entender a los textos fílmicos bajo una lógica particular (la película o film) y general (el contexto que ha determinado la creación y producción de la misma). Para el análisis posterior sobre la concepción de un cine arte dentro de una industria cultural y económica dominante, que ha generado una identificación y una estructura socializada para la creación y expectación de la cinematografía.

El presente trabajo se dividirá en tres partes: La primera es una etapa para conocer que es el cine con respecto a su creación formal y social. Además de reconocer la concepción de una forma de comunicación bajo esquemas formales y lingüísticos sembrados a fines del siglo XIX y que alcanzaron su madurez durante

---

<sup>2</sup> Véase el caso de las referencias de los “nuevos creadores estadounidenses” de los años 70’s y sus homenajes a la cinematografía de Ozu y Kurosawa.

la segunda década del siglo pasado, se examinará la evolución de la cinematografía y sus alcances como expresión artística e individual para poder distinguir su ruptura a partir de la llegada de los medios masivos de comunicación como la televisión y el Internet. Concretar distinción entre “cine de autor” y resto del cine. Y dar paso a un análisis de la Industria dónde se mueve la estructura cinematográfica.

La segunda etapa, el reconocimiento del cine como producto en sí mismo, basado en el recorrido histórico marcado en la primera parte, analizado desde el modelo de interacción - comunicación, bajo los cuatro ejes interrelacionados que proponemos. Aunado a los discursos y el manejo de éstos por parte de una Industria Cultural dominante, haciendo hincapié en la Norteamericana (E.U.A y México). Se buscará la respuesta a la necesidad de clasificación del cine bajo etiquetas de identificación comercial y la necesidad de estrategias publicitarias, mercantilizadas por parte de las industrias, destinadas para el espectador y la respuesta a si estamos recibiendo la información completa por parte del creador, y como se utiliza esta información dentro de la esfera social.

En la última etapa es la del análisis de lo propuesto en los dos capítulos previos. Identificando los problemas de construcción cinematográfica para la relación del creador con el espectador.

Para dar paso hacia la construcción de nuevos esquemas de análisis socio-estructural, para comprender al cine como cine, una expresión lingüística particular e independiente y diferente a otros medios que por sus características de producción, han adaptado al lenguaje cinematográfico para sí.

El cine es un medio de expresión con alcances más amplios en el aspecto individual-creativo. Dando paso a un análisis de cómo se utilizan esos espacios creativos en la lógica planteada en la segunda etapa de análisis. Y si los cuatro estados que se han propuesto se han cumplido para entender al cine como medio de comunicación con proyección artística.



## **II. Pre-producción: El conocimiento**

El cinematógrafo como forma de comunicación

*El Cinematógrafo es un arte militar: preparas una película como se prepara una batalla.-*  
**Robert Bresson** (Francia, 1901-1999)

## 1. ¿Qué es el cine?

La anécdota más vieja del cine, o la inaugural de su corta historia, marca qué, en la primera proyección, el 28 de diciembre de 1895 en la Francia de final de siglo, la gente impactada al ver un tren acercarse a sus ojos huía y salía gritando de la carpa tras observar un tren, sin color, en blanco y negro, sin sonido y de menor talla, debido a que se trataba de una proyección, “El tren arribando a la estación de la Ciotat”, uno de los primeros cortometrajes de la historia, de apenas 50 segundos.

Pero sin saberlo en ese momento, los creadores y los espectadores del cinematógrafo, eran los primeros en experimentar un cambio gigante en la cotidianidad del mundo, y aunque no podían explicarse como una pantalla podría encontrarse mostrando una imagen de la “realidad” en movimiento, se sintió impactado, temeroso, y al mismo tiempo emocionado y curioso de esto.

Un espectáculo de imágenes secuenciadas en blanco y negro que generó una nueva forma de ver el mundo, una nueva forma de capturarla a lo largo de unos años por los “operadores” de los hermanos Lumiere, enviados por estos a las distintas partes del mundo, dar a conocer con esta máquina una visión de un mundo que ante la arribada del nuevo siglo, estaba lleno de cambios sociales y tecnológicos, rompiendo barreras para la información, y la cinematografía sería una base para dar un apoyo importante.

Encogiendo el mundo, contando historias, siendo testigos de un cambio que rompería en toda clase fronteras. Este y otros inventos, al inicio del siglo XX, marcaron una transformación en la comunicación y en la cultura simbólica del hombre.

Bajo esta transformación simbólica-cultural de la sociedad, debemos de pensar al cinematógrafo, no sólo como el producto de la cámara, si no elevarlo a espacios más grandes basados en la creación e interacción de elementos y objetos, de ser un acto circense a evolucionar y madurar como un lenguaje estructurado.

¿Qué es el cine? si nos fuéramos a las instancias más simples, podríamos decir que es una proyección en una pantalla por parte de una grabación (en el ahora formato digital) o filmación de imágenes. Pero el cine ha sido tantas cosas en la vida del hombre a partir de su creación, ha sido testigo de revoluciones, guerras mundiales, informador, propagandista, historiador, testigo de rituales humanos y animales, ecologista, creador artístico, experimentos, de concepciones cotidianas de un hombre social que en la cualidad ve la “máquina de los sueños” como un alcance más de expresión y entretenimiento, ha sido prostituido, vulgarizado y construido un culto de la imagen a lo largo de sus 120 años de vida. Ha sido declarado muerto varias veces y devuelto a la vida a partir de las visiones de los artistas detrás de la cámara.

Podríamos situar al cine como una serie de fotografías que a gran velocidad restituyen el movimiento, como un arte en se que expresan los sentimientos de una sociedad contemporánea marcada por el uso de la imagen, como una proyección en complejos que utilizamos para distraernos de nuestra vida cotidiana; Un pequeño “*flashback*”, un recuento histórico de los hechos que estamos narrando, para poder darnos cuenta de algo lector, lectora: el cine es un medio de comunicación en el que artistas y/o creadores hacen llegar un relato, o es una forma de comunicación con una ontología y una estética particular... ¿el cine es la película o es la proyección? ¿es el creador o es el espectador? O ¿para responder a la pregunta anterior ¿sería necesario pensar si el cine como arte diferente a la realidad comercial? Por lo mismo es ¿ arte o entretenimiento?

### **1.1 Recorrido Histórico**

Partiendo de nuestra lógica cuádruple de interacción (Diagrama 1: pág. 5), la narrativa y el lenguaje cinematográfico han sido adaptaciones constantes de las relaciones de la sociedad con el texto basado en “La pantalla Global” de Gilles Lipovetstky, 2011, en la que divide en 4 etapas la historia del cine dividiremos este breve recuento de la historia en 6 etapas: *la pre-lingüística, la lecto-escritura, la clásica, las vanguardias modernas, el choque moderno, el hipermodernismo*. Durante este Capítulo, la frontera entre cada uno de momentos históricos será; el uso del cinematógrafo.

Pero a su vez en una estructura de concepción lingüística, su relación con la sociedad y la forma de la cinematografía en un espacio tiempo determinados. Y aunque podríamos hacer una separación cronológica, dejaremos de lado las fechas y concederemos mayor importancia al uso y forma.

### 1.1.1 *La Pre-Lingüística*

Esta etapa es un período durante el cual la sociedad poco a poco fue reconociendo e identificando los primeros intentos por articular formas estructuradas de un lenguaje. La cinematografía en su concepción pre-lingüística está provista de grandes avances de inventores y “magos” al término del siglo XIX, quienes transmutaron la ya desarrollada estructura visual pictórica y fotográfica, aunada a la narrativa teatral y literaria.

Nos encontramos con los momentos más importantes de la historia del cine, la lucha, evolución o revolución que, obtenida de la distinción entre la imagen en movimiento el movimiento y la imagen estática, fotografía o cronofotografía, pasando lentamente del testigo retratista del mundo, a ser un medio artístico y de expresión individual, en este tenor nació el cinematógrafo.

Haciendo referencia a la *“Historia del Arte”* (Gombrich, 2011: 39); podemos hacer un paralelismo entre la imágenes captadas por el cinematógrafo y las pinturas en las cavernas de Altamira como representaciones puras de elementos que se encuentran en la cotidianidad del artista de cavernas, y los hermanos Lumière; el *bisonte* como uno de los antecedentes de la cinematografía, la obra pictórica que se transforma en la *“El tren arribando a la estación de la Ciotat”*, donde la cámara surge como un testigo del siglo XIX.

La parte estética de nuestro diagrama está mas acercada a la utilización de un encuadre fotográfico, pero a ser sólo una narrativa de testimonios de lo acontecido en la sociedad francesa primeramente, para después serlo de la sociedad mundial. La cámara-ojo, un testigo que al dar cuenta de su testimonio provoca que el espectador salte hacia atrás, aterrado ante un tren que no sale de su escena rutinaria, que se acerca veloz, imparable, casi sobre ellos, sobre sus asientos, un tren sin ser el tren, sino la imagen del tren.

A partir de 1896, un ambicioso “levantamiento” de imagen al rededor del mundo promueve la experimentación y algunos de estos fragmentos espacio-temporales dan cabida a los primeros pasos hacia un lenguaje netamente del cinematógrafo, y así como Alexandre Promio, uno de los operadores de los Lumiere, al filmar Venecia sobre una Góndola realiza el primer “travel”;

Y a pesar de los grandes avances que encontramos en esta época, la vemos marcada por un incipiente lenguaje de ensayo y error por parte de los creadores para quienes la cámara es sólo un testigo ocular de lo acontecido, en pocas palabras hacemos una pintura rupestre, con trenes y bebés franceses.

### 1.1.2 *El leer-escribir*

La cámara se volvió un testigo de lo acontecido en las muchas historias al rededor de los ensayos y errores dentro de esta etapa documental. Posteriormente pasamos de ser representaciones pictóricas en cavernas a construir o reconstruir situaciones con la cámara. Con la llegada del maestro y padre de la cinematografía de ficción G. Melies, se evoluciona o se rompe el paradigma del uso de la cámara no sólo como documentación social si no como medio de expresión y de contar historias narrativas estructuradas y empezamos a contar los sueños que los artistas van teniendo.

Pasamos de ser un testigo-espectador de situaciones cotidianas a que el creador sea el que construya un espacio de montaje en frente de la cámara. Siguiendo con nuestro libro *“La historia del Arte”* (Gombrich, 2011) llegamos a la etapa de las representaciones egipcias y mesopotámicas en sus muros y con nuestro tren, nos abocamos a montar una representación en la que el tren está puesto como elemento de narración ya no de representación.

Se sigue siendo una etapa de ensayos, aún teniendo las estructuras para la expresión pictórica, la cámara se utiliza como un espectador hacia un montaje teatral, las narrativas se vuelven abocadas a ser un espacio de re interpretación de textos teatrales, pero a su vez se experimenta como una máquina para la

proyección de los sueños del creador y el espectador se los apropia. Este período lo encontramos en una etapa psicológica de asombro-creación (Diagrama 1: pág. 5).

Con el paso de los años, se fue perdiendo el asombro como parte de los espectadores, a una aceptación de elementos social aceptado. Entonces pierde un valor en el aspecto de uso-asombro pero a su vez se llega a un inicio de formalidad basada en la cinematografía dada por un actor norteamericano que se convirtió en recopilador de conocimientos, D.W. Griffith.<sup>3</sup> A éste último podemos mencionarlo como el que le dio forma al lenguaje cinematográfico, conjuntándola como una realidad expresiva y diferente de los demás medios. Se rompe la representación teatral y se lleva a la cámara a espacios más grandilocuentes que no cabrían en un teatro, al exterior, se montan batallas épicas e historias de referencia común en el ser humano. Llevamos a nuestra representación del tren a la época de los Griegos. Ya encontramos una imagen poderosa y aceptada en las conciencias del espectador, hay espacios particulares para la proyección y se juega más con una búsqueda individual de expresión. Durante la segunda década del siglo XX, los avances de Pudovkin, Kuleshov y en particular de Dziga Vertov y Eisenstein terminan de dar una forma más grandilocuente y alcances inimaginables para la época.

Y al mismo tiempo, la primera guerra no sólo modifica fronteras e imperios, en la búsqueda de una mayor expresión de su individualidad, vanguardistas franceses, alemanes (Incluso españoles) llevan el lenguaje de los movimientos pictóricos a las luces y sombras de impactadas sobre el film cinematográfico, su montaje o las estructuras narrativas y dramáticas de sus guiones. Impresionistas, expresionistas o surrealistas-dadá dan surgimiento a un cine de postguerra, donde el cine-

---

<sup>3</sup>Mencionamos a Griffith como el gran recopilador de conocimientos, pero sin dejar atrás a: Ench J. Rector, John Albert Smith y la escuela de Brighton en Inglaterra, Edwin S. Porter, Cecil B. De Mille, Lois Weber y Philips Smalleyen en E.U., Charles Pathé en Fr., Benjamin Christensen en Suecia, Yeugene Bauer en Rusia, Giovanni Pastrone en IT, Charles Tait en Australia, y muchos otros. Que fueron grandes revolucionarios, pero que Griffith se ha ganado su nombre por ser el que vendió mejor su cinematografía.

matógrafo (ya convertido en cine) es ya visto como un arte para el uso particular, dado a que ya es visto una etapa basada más en la experiencia estética y no tan social de las interacciones del cinematógrafo. Las proyecciones se vuelven (son?) más intelectualizadas y generan espacios propios de discusión. Le da más elementos a nuestro flujo social de nuestro modelo de interpretación (Diagrama 1: pág. 5)

Al termino de esta etapa, podemos mencionar dos elementos particulares, la lucha de patentes en el este de Estados Unidos ha propiciado la fundación de estudios cinematográficos en el Valle de San Fernando, California dando nacimiento a Hollywood en 1918 y su *star-system*, seguido de la invención del sonido directo después de años de experimentos en 1927.

Un periodo para el cual, el espectador ya cuenta los elementos básicos para realizar una lectura cinematográfica, hecho que contribuye a la construcción unificada de lo industrial, el *star-system* de Hollywood es el capital mediante el cual se estructuran las primeras obras desde una identificación estética hacia la psíquica del espectador.

Aunque pudiéramos pensar que la etapa está dividida en dos partes, lo que podemos ver es que se trata de una etapa compleja de evolución, de una escritura-lectura basada en lo teatral hasta llegar a una estructura que engranada ya en lo social lleva a una separación de las distintas artes y medios, hasta volverse individual e intelectualizarse. Resultando en una clara mercantilización, reflejada en Hollywood, y una individualización creativa, basada en las primeras vanguardias.

### 1.1.3 Clásica

Se inicia durante las últimas líneas de la etapa anterior, el cine se vuelve una forma de articulación de trabajo bajo el presupuesto de los grandes estudios, Pararamount, MGM, Warner, etc, el Cine ingresa formalmente a la esfera de los grandes presupuestos, que ya los había en los tiempos de las obras de Griffith, pero ahora regulados por los estudios, quienes además controlan la distribución y proyección de films como sus engranes para la retribución de ganancias.

A través de una construcción socializada de las formas y los textos cinematográficos, situaciones comunes y hechos cotidianos son llevados a grandes espacios, como los westerns; siguiendo la fórmula de Griffith, se crean los productos en serie por el éxito de estos. La cinematografía evoluciona de su etapa greca hasta llegar a una etapa de Renacimiento Veneciano, bajo los textos de Gombrich.

El tren se vuelve popular, Buster Keaton los vuela “El maquinista de La General” (Keaton, 1928). El espectáculo se amarra bajo la comercialización, llegan los mecenas cinematográficos. Ford destaca como el gran maestro, llevando historias a los espectadores en los que se sientan identificados y crea grandes héroes.

Fuera de lo comercial, pero unido a ello, encontramos que la historia es la base del uso de la cámara, se deja el experimento para el uso formal del cinematógrafo como entretenimiento del espectador. Se recurre a la teoría clásica para contar historias, se une la narrativa literaria con los elementos retomados de las etapas anteriores y pero se crean textos propios y la producción se vuelve un oficio en que si destacan las creaciones individuales de los artistas, con su sello personal, pero son elementos que se intelectualizan hasta la llegada de Orson Welles. Bajo nuestro diagrama el capital domina sobre los otros.

#### 1.1.4 *Vanguardias Modernas*

a lo largo de esta etapa suben los primeros revolucionarios en sus distintos espacios y con sus distintas épocas, es injusto mencionarlos todos en paquete pero son el gran rompimiento con la historia clásica. Todo surge de la intelectualización de la estética y de las narrativas del cine Clásico, que aunado a la sombra de una Segunda Guerra Mundial, se traduce en una etapa de reflexión y replanteamiento del pensar del hombre.

Como espacio de expresión, la pantalla cinematográfica retoma la vieja guardia expresionista, impresionista y surrealista. Todo se detona al genio de un actor de teatro, llamado Orson Wells y su obra “Citizen Kane” en la que da pie a darle la



primera gran patada al sistema de estrellato que domina Hollywood. Ya que, después de las dos Guerras Mundiales, se van creando sistemas narrativos de mayor complejidad, que si bien se siguen utilizando las fórmulas del viejo *star-system*, busca una construcción más intimista y particular, se separan los espacios comunes, y la cámara es un instrumento que intenta recuperar la mirada del ser humano, como órgano meramente perceptivo con la finalidad de proyectar, pintar y retratar en el lienzo-pantalla el retrato de la oscuridad y luminosidad de la humanidad.

Las vanguardias particulares de cada escuela se vuelven más espacios intelectuales de creación en las cuales el cine toma forma, el modelo particular es visión de un director, ya no al servicio de un guión (como en el *star system*) si no al servicio una interpretación individual y egocéntrica del artista, donde la mayor importancia es otorgada a la expresividad lograda con cámara-pluma, no a la taquilla. Inclusive recordando al surrealismo como movimiento artístico, se firman manifiestos de trabajo para la creación y entendimiento de las obras. En su intelectualización, el cine se vuelve arte e intenta dar una patada a las formulas y/o narrativas “comerciales”.

De Francia con su “nube” a Latinoamérica con sus expresiones, se busca un cine verosímil, “realista”, intimista, etc, una etapa de neoclasicismo al “Dadá”; en nuestra evolución paralelista pictórica, en el que el tren abandona los rieles y se transforma la carretera de “Sin Aliento” (1960), sin duda un Goddard, que evoca las etapas “puras del cine” o la tensión de Hitchcock<sup>4</sup> que va creando para el espectador en su “Psicosis” (1960).

La cámara se transforma en una herramienta de intelectualización de lo cotidiano para hacerlo extraordinario, y el Tren de los Lumiere aún existe en un plano psicológico-personal, íntimo, inclusive en Hollywood, que durante los años 70 una ola de directores genera la gran revolución, una tempestad, que se condensa en Nueva York para inundar los Angeles, un diluvio del cual nace la siguiente etapa.

---

<sup>4</sup> Entendemos esta tensión en la secuencia presentada en la bañera, en la que la estructura narrativa se va conjuntando con los elementos visuales y auditivos para provocar que el espectador baya generando tensión.

### 1.1.5 *El choque moderno*

El surgimiento, popularización y apogeo comercial de la televisión, trajo consecuencias devastadoras para las entradas cinematográficas. Durante esta fase, una conjunción de lenguajes, trae la mezcla de las vanguardias europeas con un cine clásico de Hollywood que sigue trabajando en la industria, pero que opera cada vez más en decadencia.

Surgen los nombres que traerán historias antiguas y particulares con puntos de vista individuales bajo esquemas comerciales. En medio de la decadencia del sistema; Stanley Kubrick, se convierte en el parteaguas no solo de la forma cinematográfica, sino de su historia en Norteamérica.

Partiendo de elementos comunes del cine clásico, Kubrick, los asocia a estructuras narrativas y visuales propios de la vanguardia, des esta manera, el creador de “2001 A Space Odyssey (1968)” unifica su propio *estilo*, donde todos los elementos del lenguaje cinematográfico son reorientados como engranes individuales complejos que, al mismo tiempo se encuentran integrados entre sí, imágenes, sonidos, luces, acciones, guión, etc. en conjunto llevan a la cinematografía por los caminos de la más sublime inspiración, para llevar al espectador hacia un nivel de interacción particular, superior, comparado con otros creadores cinematográficos, incluso contemporáneos a Kubrick (en el documental “Life & Pictures” (2001, Martín Scorsese afirma que 10 de sus películas equivale a una de Kubrick). Une los elementos básicos para dar una estructura unificadora, la música, por ejemplo, ya no solo es un elemento de representación de situaciones ni es utilizada como ilustrativa, es parte de una forma dada por la narrativa propia de la película.

Una parte de la cinematografía se establece como un producto particular e individual, en el que la forma se torna completamente cinematográfica, por tanto, podemos afirmar que, este parteaguas, representa la primera vez en la que el diagrama cuádruple se completa, donde el producto posee una lógica formal propia, y donde se puede comprender que para leer hay que entender la estructura sígnica y simbólica de cada creador.

Años después, la llegada de “jóvenes cineastas” encabezada por George Lucas. Las grandes casas productoras se vuelven siervas de los nombres que van surgiendo. El espectador va a una sala por el nombre, sólo de los actores si no también de quienes cuentan las historias, se crea un sello personal que da pie a una estructura de venta diferente, en la que ya no implica para el espectador ver la película por sí sola, sino como elemento de la obra de un artista en particular. Se empieza a comercializar como un cine propio, un “cine de arte”.

Pero al mismo tiempo se encuentra una lucha de clases con la televisión. La cinematografía se vuelve una lucha de presupuesto y se opta por narrativas simples para el espectador entienda lo acontecido, la intelectualización depende ya de un espectador alfabetizado. La llegada del tren en *Volver al Futuro III* (Zemeckis, 1990) hace homenaje a unos Lumiere olvidados por el espectador promedio, de los efectos visuales y la explosiones que generan emoción la sala, de la cual el espectador ya no huye, ahora desea consumir hasta los juguetes y otros promocionales emergidos de un aparato mercantilista.

Llegamos a un cine que está en constante repetición, de estructuras narrativas, que aunque se llega a una formalización completa dada por el choque de Kubrick en Norteamérica con los trabajos continuos de las vanguardias modernas, la propia lógica de pérdida de espectador genera estructuras de entendimiento simple y que a su vez proporcionan un molde de narrativa, se explota un éxito hasta que ya no da más en su comercialización. Juguetes de películas como Star Wars o Disney, publicidad llevada a una necesidad de venta de boletos y la llegada de los Blockbusters veraniegos dan pie a una pérdida de creación artística propia.

#### 1.1.6 *El hipermodernismo*

Aunque el término sugiere una situación de proyección de espacios, en realidad hacemos mención como una etapa en la que se permean distintos espacios de interacción entre el espectador y el creador.

La cinematografía se vuelve un producto de la vida diaria con los alcances que traen las revoluciones tecnológicas, sus facilidades y sus bajos presupuestos que han generado estos cambios, tanto en filmación como en proyección, se cre-

an más espacios de circulación, festivales, concursos especializados. El espectador dado a las nuevas plataformas tiene un menú cambiante de interacción con las proyecciones, la llegada de la web 2.0 da pie a retroalimentaciones directas con las casas productoras o la recomendación inmediata.

Por ende el espectador también se vuelve más selecto a sus gustos en pantalla debido a la gran cantidad de productos cinematográficos en la cartelera y por la interacción del capital, va generando una identificación y una tendencia hacia la serialización de películas, como en el caso de las novelas juveniles adaptadas o las comedias de sit-com provenientes de la televisión. Aunado a la entrada del neoliberalismo económico y una globalización, los precios incrementan y el cine se vuelve multi-comercial.

El cine trasciende espacios, se vuelve más individual y colectivo a la vez, la estética subordinada por las visiones que dejó el “Choque Moderno” a lo artístico individual del creador, da pie a un constante uso y desuso de los lenguajes, a una identificación mayor hacia los creadores y un seguimiento. De Kubrick y Goddard llegamos a un Nolan que trata de darle una visión única a elementos ya explorados anteriormente y que se vende bajo esa exploración.

Por lo mismo los espacios se vuelven más individuales, las vanguardias perduran, renacen y se acoplan a los distintas formas de proyección y distribución para sobrevivir. Pero sin perder su individualidad.

El tren evoluciona y trasciende como vemos en el “Tren de Hogwarts” en la serie “Harry Potter”, se llega a una cúspide unimos a Melies con los Lumiere. 120 años después el sueño trasciende en la realidad mostrada. El espectador se apropia y diserta a partir de sus gustos, interactúa en la web creando espacios de intelectualización a partir de sus concepciones personales, generando retroalimentaciones y críticas, y a su vez apoyo a una producción cinematográfica, el voz a voz se convierte en masa.

## **1.2. Cine Actual**

Tras este recuento histórico/contextual, cabía la pregunta en dónde nos encontramos hoy en día en el quehacer y la expectación cinematográfica, dado a que lo que mencionamos está unido por nuestras cuatro etapas de entendimiento cinematográfico debemos ubicarnos en la estructura tanto creativa como de recepción que se ha generado en nuestro “Hipermodernismo”.

El cine, de encontrarse en una etapa de unión completa basado en nuestras interacciones de nuestro diagrama a través su evolución histórica, se ha vuelto cada vez mas una narrativa simple unida por elementos complejos que el espectador no ha alcanzado a comprender en su totalidad, cayendo en referencias a partir del ya mencionado gusto y no de las estructuras. Las formas complejas son relegadas a salas “especializadas” en las que los espectadores se aburren dado a una construcción de varios años en narrativas simples, lo complejo desanima o aburre.

El espectador se encuentra rebasado a partir de la creación de una socialización de los medios de comunicación masivos, como el internet y la televisión. Los contenidos dentro de estos medios son laxos y no se estructura bajo la misma narrativa, la cámara es un testigo, sin estructura narrativa y carente de lingüística cinematográfica. Teniendo como resultado la transgresión de barreras de estas formas, hacia los films. Incitando hacia la producción de mercancías cinematográficas basadas en estructuras narrativas televisivas, que, sin un lenguaje propio, esta basado en repeticiones y clichés. Y en productos que ya no se contemplan como obras propias de un creador, si no en una etapa de producción masiva y seriada, y las miradas particulares del creador se ven rebasadas por la inmediatez y la necesidad de ingresos económicos, dejando de lado al film como arte, que unido al golpeteo constantemente de una economía dominada por el dólar, en devaluaciones e incrementos constantes, que impactan fuertemente las taquillas cinematográficas en México y el Mundo.

Por otra parte, la reproducción incesante y multidimensional creativa, refiriéndonos a una crisis de creación, ya que los productos que se encuentran en el mercado se encuentran como repeticiones y re adaptaciones de narrativas. Perdiendo al cine en su estado del arte y convirtiéndolo en un medio de comunicación de mensajes simples, codificados para que el espectador se vea inmerso en una sala-entretenimiento.

Resultando una crisis creativa en generaciones de nuevos creadores y creando una esfera de interacción para los artistas basada en una recepción laxa de contenidos y en una pérdida de estructuras lingüísticas creadas en el “Choque Moderno”.

Corresponde a este ensayo hacer una distinción sobre los alcances que produce el cine, podemos entender la cinematografía o el estado del cine actualmente en tres forma unidas, de acuerdo con nuestro diagrama cuádruple de interacción:

Emisor: La estética cinematográfica, la concepción del artista. El uso del lenguaje

Mensaje: La película y la estrategia de mercantilización y comercialización (la industria cultural) reflejada en la proyección y catalogación.

Receptor: El espacio donde interactúa el espectador con la película tanto en su espacio psicológico como en el social.

Dando pie a una retroalimentación reflejado en la ganancia-inversión de las productoras y el artista. Además del uso de las nuevas tecnologías como espacios de interacción y en las cuales, podemos mencionar que el catálogo de opciones no sólo se limita al estado puro de la proyección en la sala e inclusive el que el espectador se vuelva en algún momento en creador. Esto último, a partir de las nuevas plataformas de proyección y los bajos costos de trabajo y facilidad de filmación-grabación, un ejemplo es la ola reciente de trabajos de cortometraje o largometraje que se han hecho por parte de amateurs. Pero que ha ido perdiendo los estados puros lingüísticos cinematográficos y que desarrollaremos los alcances para el posterior análisis de la complejidad marcada.

## **II. Producción: El Hacer Ver**

La comunicación de la forma cinematográfica

*El negocio del cine es macabro, grotesco: es una mezcla de partido de fútbol y de burdel.*  
**Robert Bresson (1920-1993)**

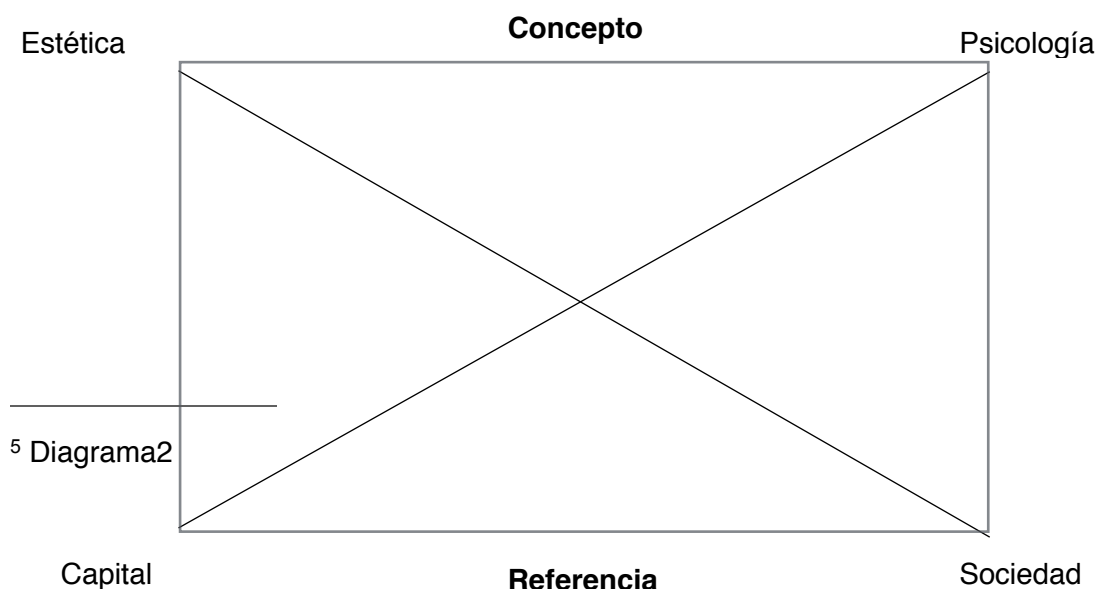
## 2.1 La Creación: Concepto- Referencia

En el libro “La Historia del Arte”, Gombrich menciona en su introducción una conclusión contundente en la que basaremos esta estructura de pensamiento: “El Arte con “A” mayúscula, no existe, lo que existen son los artistas” (Gombrich, 2011: 21) esto entendiéndolo que todas las expresiones artísticas están basadas en concepciones individuales.

Después del estudio histórico que hemos encontrado en las páginas anteriores respondemos a nuestra primera pregunta, ¿el cine es un medio de comunicación o una forma artística? ¿Cómo forma artística: todos los productos se pueden analizar bajo una estructura formal?

En la actualidad nos encontramos en un universo hecho bajo la comercialización, y aquí el punto en que todo está aunado en las estructuras básicas de la producción filmica, en la cual podemos observar una situación compleja de pensamiento que ha sido unida bajo información dada por la misma cotidianidad y la aceptación de los medios en los que se transmite la información, pero a su vez hemos visto que el desarrollo cinematográfico depende también de una vista creadora o de un director.

En este punto es donde basamos nuestra distinción básica dual, entendiendo la creación de un producto cinematográfico desde la unión de dos estados de interacción de nuestro diagrama<sup>5</sup>:





1.- **Concepto:** Estética-Psicológica

2.- **Referencia:** Capital-Social

**2.1.1- Concepto: Abstracto** El cine es concebido desde una individualidad creativa aunado a partir de la creación de una ontología propia lingüística (que ya hemos visto como ha ido evolucionando a partir de lo explicado en el capítulo anterior) Esto da pie a una estructura de pensamiento diferente a el lenguaje<sup>6</sup> cotidiano o de uso diario de la sociedad.

Con esto hacemos un recordatorio e hincapié de que el cine, desde su parte **Estética**, ha evolucionado para su creación formal con una narrativa particular desde un lenguaje basado en tres sectores básicos primarios:

a) El sector del lenguaje base del ser humano usado en las estructuras narrativas literarias teatrales.

b) El lenguaje básico de las imágenes retomado de sus orígenes fotográficos y pictóricos.

c) El lenguaje musical basado en la apropiación e identificación de elementos de expresión musical como el ritmo las transiciones etc.

Conjuntando estos y con los experimentos mencionados en la pre-lingüística cinematográfica, (pág. 11) encontramos que se fue concibiendo un lenguaje básico, que si bien está basado en los tres anteriores, podemos mencionar que se separa de los mismos por las representaciones y las forma *per se* de la esencia artística cinematográfica.

Esta esencia esta formada ya como base en la cámara con el sonido ( o su ausencia): en el uso y las forma del movimiento aunado al montaje y la musical-

---

<sup>6</sup> Aunque mencionamos la forma del lenguaje cinematográfico, no ahondaremos en totalidad en el tema, ya que, se considera que los textos sobre lenguaje podrán resolver mejor las dudas, en particular el libro de Costa (2008) "Saber ver el Cine".

ización y la composición de la imagen, todo basado en el guión o la estructura narrativa que se va manejando en lo expresado en la obra cinematográfica.

El lenguaje y la forma cinematográfica la encontramos evolucionando en las distintas etapas de la vida del cinematógrafo pero podemos darle una formalidad a partir de la culminación de “2001 A Space Odyssey” de Stanley Kubrick en Norteamérica, sin separar el hecho que fue una evolución constante global y que en distintas partes tuvieron un parteaguas (pág. 13). Dado a lo ya mencionado en el capítulo anterior fue él que conjuntó todo el conocimiento utilizado por los autores y le dio un vuelco aunando cada estructura narrativa de la cinematográfica, el guión, la fotografía, diseño de vestuario, música, sonoro en una intención de expresión.

Con esto no se quiere decir que todo el producto cinematográfico anterior a Kubrick y después de este sea separado y medido bajo la misma vara. Nos referimos a esta película como el parteaguas de un lenguaje cinematográfico culminado y base para el análisis y la creación, que como ya mencionamos fue una creación que trascendió de lo artístico personal, volviéndose por completo una visión completa del director, con sus obsesiones estilísticas, a una unión comercial. Dado a que se empezó a comercializar ya no sólo el nombre de la película si no el nombre del director por encima de ésta.

Esta parte nos ha dado como resultado la estructura **Psicológica** de nuestro diagrama. Ya que el creador utiliza el lenguaje como una base de expresión dada por la unión de sus conocimientos con sus gustos propios y su expresión o forma única.

El cine en su concepción como concepto no necesariamente se refiere a que todo lo que encontramos se puede catalogar como arte sino a que como propuesta individual ha ido formando un lenguaje complejo que se codifica en un nivel diferente y tiene un nivel operacional del lenguaje básico de entendimiento.

Uniendo los puntos que hemos mencionado vemos que se encuentra un problema de comunicación, ya que al considerar al cinematógrafo un concepto nos damos cuenta que hay elementos que no alcanzaremos a comprender comple-

tamente si no estamos dentro de la estructura lingüística cinematográfica. sobre todo entendiendo que si la concepción artística fue un hecho que se vino utilizando desde la concepción de la cámara y utilizada en su expresión máxima por parte de las vanguardias.

Con el “Choque Moderno” encontramos una comercialización a partir del artista y que los elementos individuales y de uso del lenguaje no han sido descifrados por un espectador que no entiende estas formas y dado a la proyección masiva y multidimensional que ha traído el hipermodernismo. Podemos manejar una ruptura de entendimiento y una constante entrada de información a nuestra esfera social que no alcanza a completarse.

A este impedimento de entendimiento de la forma en la situación actual lo llamaremos “analfabetismo audiovisual” que será desarrollado completamente con sus alcances y sus fondos dentro de la tercera parte del este texto.

**2.1.2-Referencia:** El cine es concebido como un producto más del entretenimiento, es comercializado como una producción comercial o “pop” en el que ha sido constituida por las narrativas laxas de los medios de comunicación masiva como la televisión y llenando de estructuras narrativas laxas al imaginario colectivo, perdiendo la influencia de las “Vanguardias Modernas” y quedando nuestro “Choque Moderno” en una venta de nombres, pero que no ha generado una utilización de las estructuras para la creación ni para su recepción.

La estructura fílmica como referencia opera a un nivel de entretenimiento sin llegar a ser una expresión propia o un mensaje en el que podamos encontrar un pensamiento complejo, esto bajo a una comercialización del mensaje.

Que, dado, su necesidad de venta ha permeado en darnos repeticiones de historias, un pensamiento unificado o globalizado, sin encontrar las individualizaciones y expresiones propias de una estructura compleja, y no llegar a utilizar la lingüística como operación de desarrollo individual si no como una situación de testimonio y de estructura abierta.

Este nivel lo encontramos basado en las estructuras clásicas cinematográficas que chocaron con el invento y comercialización de la televisión que al verse repasado por los alcances comerciales que provocan, dio como resultado estructuras tan simples o “laxas” que no utilizan el lenguaje como expresión si no como un medio mas, dando pié a una pérdida de lenguaje operacional y creando una extensión del producto televisivo.

A esto nos referimos al cine como referencia: al no unir todos los componentes de quehacer cinematográfico, no se está logrando una durabilidad y un engranaje puro de elementos, la unión con la música se vuelve más un videoclip basado en los años ochenta que la utilización del sonido o la musicalización como elemento de expresión rítmica, por ejemplo.

Y que ha su vez ha generado una estructura de creación basada en la necesidad de la ganancia redituable (*capital*) y en las demandas de una auditorio educado por los medios laxos de narrativas (*sociedad*)

Esta distinción de creación se ha hecho a lo largo de la historia dada por su misma comercialización y por los puntos particulares mencionados en la estructura histórica que desarrollamos. Pero, no podemos dejar de pensar que en un momento de hipertexto y de alcances globales de conocimiento, la estructura de división no sólo permea en los alcances comerciales, a desarrollar posteriormente, si no a una reflexión de compleja de lo que estamos viendo y del uso de una lingüística básica para entendimiento y que esto no sólo puede provocar una fatalidad, como dicen los fatalistas del cine, si no en que no estamos operando un lenguaje complejo y que lleva a un analfabetismo audiovisual, dado más por la aceptación de la referencia que del concepto.

Esto último dado por una construcción de información en nuestra esfera de social que han dejado de lado o encapsulado las construcciones individuales y formales de una cinematografía, y que por consiguiente no son capaces de dar interpretar completamente la información.

Podemos darnos cuenta que en realidad es una operación compleja de entendimiento de las formas, ya que en el cine contemporáneo podemos encontrar

películas que responden a una forma cinematográfica pero que aún así permean en la comercialización del producto mismo, el mencionado caso de Christopher Nolan y su filmografía. Y que no sólo depende de una clasificación por parte de una compañía de distribución: (ejemplo Drama, Comedia, etc.) si no en el entendimiento del producto mismo para una discusión y un manejo de información completo.

No sólo depende de la comunicación unilateral/vertical de la cinematografía para entender las formas, si no dependen de una realidad esférica de comprensión y operación, en la que la forma lingüística une las cuatro esferas. Pero al no encontrar esa forma como una base de expresión y de comprensión, nos encontramos alcances cortos y de improbabilidades comunicativas y una retroalimentación incompleta que va generando una forma de creación cada vez más parecida a otros medios de información y no a una estructura cinematográfica.

## **2.2 Industria Cultural: La estructura de movimiento**

Debemos de entender que las estructuras de creación filmica tanto como concepto y como referencia se mueven en una esfera de cultural que depende de un sistema económico, en el caso de Norteamérica el neoliberal.

En este esquema económico la estructura filmica se ve inmerso en una constante interacción dado por el capital que se va moviendo para la creación, reflejada en los inversionistas o en una industria propia, o en la proyección y retribución que se tendrá a partir de la venta del producto.

Aunque clasifiquemos la cinematografía como arte o como medio de comunicación sigue siendo una actividad que genera ganancias por las mismas lógicas de trabajo que se van realizando dentro de ellas. Y dado a estas lógicas económicas se van surgiendo elementos de cooptación y adaptación de la estructura para generar más ganancia, uno de ellos ya lo veíamos es la construcción de un discurso cinematográfico como referencia. Y otro será la adecuación o estandarización de ver a todo el producto cinematográfico como una estructura igualitaria sin tener en cuenta, mas que para la generación de audiencias, las identificaciones propias de cada película o cada autor. Y en cual el producto se

encuentra en una constante interacción con el capital, creador, espectador, generando una identificación propia de la cinematografía que va permeando en la creación y socialización de la misma y por consiguiente una repercusión en la producción de los productos que se están consumiendo.

Para entender esta relación compleja nos basamos en la Teoría de la Industria Cultural de Thomas Adorno y Horkheimer, tanto entendiéndola en sus alcances simbólicas-estéticas como en su alcance comercial y la construcción actual.

Lo anterior nos da una interacción de consumo e información basado en un juego estímulo respuesta complejo. En que la esfera mercantil se ve beneficiada la relación entre lo social de la participación y el consumo por el uso de los temas y la relación de significado colectivo y connotativo.

Dando una relación que abarcando las interacciones de nuestro diagrama de interpretación, hace un hincapié en el valor del símbolo como un condicionamiento de la interpretación y por consecuencia al uso y consumo del mismo. Simplificado, llegamos a un estado de interacción en que el producto como *capital* se vuelve un uso *social* que permea en las relaciones del espectador -producto, sin que llegue a ser un uso correcto de las formas si no de la capacidad del uso del signo para el beneficio del consumo.

Retomando el punto anterior y uniéndolo al cine mexicano, nos podemos dar un salto de tema-espectador mediada por la cultura audiovisual, de información y simbólica, y podremos observar que el producto nacional de mayor alcance en las audiencias y que ha generado secuelas, más presupuestos etc. Viene por una educación basada en la televisión, en particular la telenovela, desde los años 70's. No es casualidad que los grandes "hits" del cine nacional, y con grandes me refiero a los que tuvieron público en su mayoría, sean ramas de la telenovela mexicana, véase el caso de "No se aceptan Devoluciones" (E. Derbez 2013) como ejemplo máximo. En el que la misma lingüística cinematográfica marcaba grandes errores, el guión marca hoyos de trabajo, pero en el que pesa más el hecho de ver un personaje como Eugenio Derbez, actor o comediante famoso por sus programas televisivos en la cadena Televisa, y una historia dada más a los

melodramas que a una situación trabajada desde una cinematografía pura. Con-  
virtiéndose a la interacción capital-social en una interacción mayor a las otras dos,  
provocando este caso un sistema de referencias comunes que abarcan la  
creación particular si tomar en cuenta la estructura cinematográfica pero que  
permea en la psicológica del espectador generando a su vez una identificación y  
un consumo. Haciendo retroactivo la interacción.

Tomando este ejemplo, dada su actualidad y vigencia en el imaginario, podemos  
darnos cuenta que la misma “industria” mexicana al darse cuenta del alcance  
provocado por esta, sacará más películas bajo este tenor. Y perdiendo un al-  
cance individual de proyección dado por lo estético, ya que no todo puede ir per-  
meando sólo en este flujo de interacción, ya que basado en su interacción capital-  
social como eje rector cae en lo estereotipado y pierde los alcances puros de la  
cinematografía artística y psicológica-estética.

Así mismo podemos repasar la esfera internacional, con el uso excesivo de los  
temas de caricaturas y remakes de los ochentas, de los super héroes a las co-  
medias, todo está dirigido a un público que fue uniéndose las décadas de los 80 y  
los 2000 para crear una esfera mayor. A sí mismo en una esfera “menor” pode-  
mos seguir viendo películas de la 2da Guerra Mundial, y en la misma sintonía,  
siendo un poco propositiva, ninguna de la Primera Guerra. Y sugiero que encuen-  
tre esta relación constante.

Por otro lado el cine que en el anterior apartado denominamos **concepto**, no  
tiene un alcance esperado en la distribución, aun usando su lógica formal de es-  
tructura cinematográfica basada en la interacción basada en la estética hacia un  
flujo psicológico y social, no conjugan una interacción en grandes esferas, con  
todo y sus vías propias de distribución y de legitimación, dado que no están en  
una constante reproducción de tema, ya que, el tema que toca o los alcances son  
menores, lo que ha generado es una interacción entre el nombre de un artista re-  
conocido, ya sea actor o director como cara de una producción. Actualmente ten-  
emos el ejemplo de Lars Von Trier, que aunque no genera filme de información  
cotidiana, genera seguimiento por su propuesta estilística evolucionada de su  
“Dogma”.

En esta tenemos un flujo de interacción que llamaremos **ruptura** que es una interacción entre la *estética y el capital* de nuestro modelo base de interpretación: (Diagrama 1: pág. 5), que se ve reflejado en el uso de las estructuras cinematográficas como *concepto* bajo una misma lógica de aceptación de las estructuras *referencia*. Así tenemos una interacción menor que sigue las estructuras formales pero que no alcanza a tener un impacto en la cultura simbólica de entendimiento. Sobre todo esto fue generado por la similitud del uso de los temas de la televisión y al ser “educados” por estas estructuras laxas y, salvo algunos casos, incompletas. Transformando al producto arte cinematográfico en un uso o extensión de entretenimiento simple medio.

Aunque hay que mencionar que los trabajos no se clasifican en negro y blanco ya que, tenemos artistas actuales que han creado producto-venta para realizar posteriormente una obra particular con alcances masivos dado el nombre que tienen. El ejemplo vigente se llama Christopher Nolan. Por lo mismo podemos encontrar trabajos realizados bajo una lógica de interacción simple, como los productos Marvel, pero con un uso completo de la lógica formal cinematográfica.

A partir de los ejes básicos de interacción constante, ha hecho con respecto a la forma un uso de la concepción cinematográfica basada más en la literatura, ya que en su forma literaria de contar historias la información que nos llega, pero como mencionamos constantemente en la estructura de la cinematografía el guión o al historia con el tema es una base de trabajo en la que la concepción del artista moldea este guión para trabajarlo con estructuras fílmicas. Esto será la base del tercer capítulo de este trabajo.

La interacción fluye e influye en la concepción de la visión de una producción posterior o una ya desarrollada, generando una interacción mayor, no sólo en ganancias netas en las salas, si no en las clasificaciones como película de culto u otras denominaciones, que genera que el producto artístico se siga discutiendo y sea una referencia. Esto dado a la forma en la que se aborda el producto y desde donde se plantea, dado nuestro diagrama cuádruple de interacción.



Esta es una interacción que trabaja en una lógica monetaria, trabajando en un nivel de ganancia-trabajo, que aunque pareciera que trabaja en el mismo estado que la anterior sus alcances son más cuantificables a partir de los estados de producción y las lógicas de trabajo, básicamente es un desciframiento del código capital actual con todos los límites y las bases.

Su operación en la lógica fílmica se encuentra en el tamaño de la ganancia como respuesta a una lógica de conocimiento previo y reatrolimentación. Son los estados puros de la comercialización de un filme, la llamada publicidad y entradas totales en números. Que los inversionistas manejan como un estado de ganancia. Entendiendo a su vez que las mismas diferencias dadas desde la creación de los contenidos van generando públicos específicos y audiencias que se sienten identificadas y consumen lo que se proyecta, dado el nombre del artista o el tema o la repetición o secuela.

Por último e independiente de la estructura conceptual denotada en la creación de un cine “concepto” recalcamos que es visto dentro de la industria como un nicho de mercado, y no necesariamente como una especialización o concepción diferente de los demás, es diferente sí como estructurada de otra forma, pero igual al manejarse en una distribución y concepción *mercantil* que dentro de un neoliberalismo económico propicia una separación de productos para una individualización de un espectador.

Para la industria el “concepto” y “referencia” son diferentes en cuanto la capacidad de retroalimentación económica, a la forma de distribución pero más no en las lógicas de construcción de audiencias. Coloquialmente “cada quien su cine”

A su vez la industria cultural actual genera tres etapas de construcción de audiencias que no repara en entender la información presentada por el autor como una estructura individual misma: si no en vías de una comercialización y aceptación dada la esfera social en la que se mueve, generando una estandarización y una categorización de los productos cinematográficos, todos estos que se ven marcados sobretodo en la “ruptura” que se mencionó anteriormente como flujo incompleto entre la *estética* y *el capital*:

### 2.2.1 Clasificación del Arte, lo prohibido

El primer estado que trataremos, es la restricción a partir de la clasificación de los filmes, dada su clasificación para su posterior distribución. Este estado es un modificador polémico, ya que si pensamos en el producto narrativo cinematográfico como un producto basado en la creación de cineastas, con una lógica actual (hipermodernista), y bajo una lógica de interacción basado en la relación de la estética con lo psicológico hacia lo social y capital, podemos deducir que se esta cooptando la comunicación y la información dado a la “moralidad” social y los intereses capitales de consumo.

Dentro de este esquema de interacciones encontramos situaciones de restricciones para el entrar a una película definida por la edad, lo contratante del asunto es que una de las clasificaciones, por ejemplo es el cuerpo desnudo<sup>7</sup>, denigrando al cuerpo como “perversión”, mitificando y censurando una propuesta de visión, bajo una estructura artística.

Cabe señalar que lo que estamos disponiendo es cuando se censura la estructura o la narrativa cinematográfica en su estado de forma, desde una visión, catalogando como producción artística. A partir de conciencias morales se genera un doble núcleo de interacción, la visión del artista llega a un sector seccionada dada sus restricciones, y genera un ingreso mayor o menor dependiendo los alcances y visualización del producto artístico.

Y en un grado mayor la censura o el corte de secuencias para su distribución, censurando la idea y proyectando una información incompleta para todas las partes. Y a su vez generando un estado en el que sólo en circuitos cerrados de difusión se alcanzará el producto esperado (véase el caso *Nymphomaniac* (Lars Von Trier, 2013) ). Generando que la estructura de interacción del capital ha gen-

---

<sup>7</sup> Para mayor información de las restricciones en México revisar el: “ACUERDO mediante el cual se expiden los criterios para la clasificación de películas cinematográficas.” en <http://www.gobernacion.gob.mx/work/models/SEGOB/Resource/144/1/images/criterios.pdf>

erado con los social una forma de limitar el mensaje estético creando que los productos basados en el flujo de concepto se rompan bajo la interacción capital, provocando la ya mencionada censura o encubrimiento.

### **2.2.2 Circuitos de Reproducción**

El segundo estado de interacción o de control de la información dada los flujos de interacción son los circuitos de reproducción, que se refieren a los lugares o espacios en dónde serán presentadas los filmes para la visualización de las audiencias. Dado a la lógica que nos encontramos, una lógica económica neoliberal-globalizada, podemos decir que este flujo de interacción depende del capital, por completo.

Estos circuitos de proyección están manejados hoy en día, dada la lógica del capital, por las multi distribuidoras cinematográficas o multicinemas, dígase “Cinépolis” o “Cinemex” en nuestro país. Y por los alcances de distribución que tienen los convenios de trabajo entre estos y las casas distribuidoras, se genera un intercambio de información con las industria cultural.

Bajaremos la información en tres niveles básicos de distribución.

- El primero es el alcance mayor. La distribución en los multi-complejos cinematográficos. Generando en épocas del año que por cada 10 salas cinematográficas, se proyecten sólo 5 películas diferente, mas o menos. Esto provoca una gran audiencia y una retroalimentación que se ve en las dos industrias, con capital y con información para seguir produciendo bajo estos esquemas y narrativas. Esto viene aunado, a lo ya mencionado, a generar audiencias que no estén bajo una concepto de realización si no a alcances comerciales y de narrativas simples y envueltas en clichés.
- El segundo alcance está dado por los circuitos especializados, dígase festivales, muestras, complejos cinematográficos únicos (cómo cinetecas), muestras culturales etc. En estas encontramos una audiencia que no genera una retroalimentación y una permanencia en la comunicación de la sociedad. Dado su corto alcance sirve para una búsqueda de distribución mayor o para

tener una legitimidad en base a los premios o reconocimientos que se entregan en estos circuitos. Bajo estos espacios encontraremos , por la lógica de especialización, un lenguaje y narrativas estructuradas, en la mayoría de los casos, y un uso y no censura de los temas deseados por los creadores.

- El tercer alcance es el de menor impacto, la distribución directa a plataformas individuales o circuitos cerrados, dígase la distribución directa a dispositivos de almacenamiento comercial, DVD, Blu-Ray Disc o Digital. Estas son las producciones que no generaron ningún interés en los espacios anteriores o que pasan por pruebas sin generar ningún éxito.

\*Cabe señalar que esta última, dada las condiciones de la comercialización actualmente, termina por ser una forma de proyección, ya que posterior a las dos primeras se busca una distribución por venta de dispositivos de almacenamiento para un mayor alcance comercial.

Pero dado a que la cinematografía original no necesariamente se proyectaba en un espacio de sala, se ha ido creando un homenaje a los espacios “puros” de masificación, en donde se ha creado una mitología de que lo que se produce para pantalla grande es cine y lo demás son otros alcances. Como un panteón de separación de la realidad. Pero dado los nuevos alcances tecnológicos de visualización y de reproducción, la cinematografía no depende de un espacio especial, si no de la calidad del producto mismo, y de la lógica de la interacción ya mencionada.

### **2.2.3 Plataformas y Alcances**

El tercer estado viene dado de la mano de los anteriores, la forma actual de proyección. Dada la invención y el manejo del internet 2.0, en que los usuarios pueden compartir vía online información. Se ha creado un mercado y distribución ilegal y legal de productos cinematográficos vía web.

En el los usuarios encuentran productos de todas partes del mundo y no se depende, como en décadas anteriores, de la distribución vía formatos de almacenamiento y de la distribución comercial en las Salas de los complejos.

Lo que ha generado, a parte de una lógica más de trabajo cinematográfico, es un alcance mayor vía online de conocimiento y de información. Pero esto no quiere decir que la mayor parte de esta información está fuera de los estándares manejados por la industria.

A su vez lo que ha provocado estas plataformas es un mayor alcance y facilidad dado los inventos tecnológicos de creación. Ya que, el creador puede subir el trabajo a plataformas para su visualización internacional y recibir una retroalimentación constante. A su vez se han creado producciones y distribuciones con la lógica propia de la web. E incluso como una forma de potencializar el trabajo, ya sea como descubridor de talentos o como plataforma de obtención de recursos para trabajos, como las páginas fondeadoras.

Dada una revisión a 20 páginas de almacenamiento legal e ilegal, lo que seguimos encontrando con mayor porcentaje de visualizaciones y descargas siguen siendo los productos conectados en una lógica simple.

En pocas palabras, aunque la oferta es varia se sigue consumiendo lo mismo. Inclusive antes de ir a los complejos cinematográficos. Generando que los espectadores no se encuentren interesados en buscar una forma cinematográfica si no una extensión de los mismos medios.

### **2.3 Tipos de Espectador**

Por último en nuestro escalón de interacción llegamos a la esfera de interpretación del mensaje estructurado: los espectadores. Éstos son partícipes en el diagrama de interacción, generando una constante información en el aspecto social-psicológico y por su puesto del capital. Con esto último podemos generar una clasificación dada por la interacción que tienen dentro del mensaje cinematográfico, basado en tres tipos de espectador a los que llega toda la información.

- Pasivo: Es la mayoría de los concurrentes, se encuentra en una interacción dada por una construcción simple de formas. Incapaz de identificar los ele-

mentos básicos. Su acercamiento al cine es por entretenimiento como una ramificación de los otros medios de difusión.

- Activo: Es un espectador conocedor de las formas y de la estructura cinematográfica. Es capaz de separar, analizar y entender el lenguaje cinematográfico y su uso. Tiene un bagaje de las formas artísticas y estéticas. Puede convertirse en un creador expresivo de la cinematografía.
- Híbrido: Es un espectador que usa la cinematografía como una extensión de los otros medios pero que alcanza a usar una porción de la estructura cinematográfica, sin llegar a las formas complejas de su uso. Estructurando la mayoría de las veces el lenguaje a la mitad y basándose en las narrativas literarias

Dentro de los tres espacios de expectación podemos encontrar que se tiene una constante interacción de la esfera *psicológica y social* que a su vez llamaremos “progresión”, entendiendo esta etapa de los psicológico en sus dos formas tanto creador como espectador individual.

En tanto creador dando una utilización de elementos sociales y de adaptación de narrativas para la creación y la aceptación de lo social con respecto al creador, siendo una contra parte de la *ruptura*

En tanto espectador como un flujo de elementos que nos hacen capaces de entender ciertos signos y elementos interpretativos para la posterior discusión y aceptación. Y retroalimentación constante.

Estas interacciones constantes entre el producto tanto concepto como referencial, hace que el espectador se mueva en una esfera de clasificación igualitaria, inclusive llegando a igualitario a una televisión narrativa. Denotando un analfabetismo presente, que hace ver que no se está recibiendo la información completa.

### **III. Montaje: El Crear-Ver-Interpretar**

El Analfabetismo alcanza el Arte

*El cine es parecido a muchas otras artes. Posee características literarias, también tiene cualidades teatrales, puede ofrecer puntos de vista filosóficos, incluye los atributos de la pintura y escultura, y también integra elementos musicales. Pero al final, el cine es el cine.*

**Akira Kurosawa** (Japón, 1910-1998)

### 3.1 Cine Arte. Realidades

A partir de lo construido en los dos capítulos anteriores: ver a la cinematografía desde los autores y la forma en el primer capítulo, y desde la industria y el capital, el segundo, se denota una estructura capital que ha ido rompiendo con las creaciones individuales de los autores, pero que se ha ido beneficiado para las estrategias de publicidad y venta de la película como una marca, de las creaciones y de los nombres de los cineastas.

Con esto encontramos una cuestión importante ¿La cinematografía en su parte artística está condenada a sufrir una adaptación a formas comerciales de trabajo para su entendimiento? Y el cine como arte podría morir como expresión individual.

Como hemos repasado en el primer capítulo, a partir de la etapa que llamamos *choque moderno*, en Norteamérica gracias a Stanley Kubrick se construyó una mitificación del cineasta en el aspecto creativo. Se construyó la lógica del artista dominante y de la empresa patrocinadora como eso un mecenas renacentista que compraba la obra como parte de un catálogo individual.

Bajo este esquema podemos decir que el arte cinematográfico tuvo su gran auge de nombres y creo un panteonismo pop de películas y creadores que a la fecha siguen dominando la estructura de la industria cultural cinematográfica, tales como el mencionado Kubrick, Coppola, Goddard (en Francia), Herzog (en Alemania), Ripstein (México) etc.

Pero a partir de la pérdida de espectadores y de la creación del blockbuster hollywoodense encontramos que este panteón de creadores se fue relegando a las sagas o construcciones que ya no dependían de la visión de un artista en particular, si no en tener un contenido simple para las audiencias y unirlo a grandes es-



pectáculos para la ganancia. Ejemplos como Star Wars o Indiana Jones etc. Abrieron la puerta a estos productos.

Con la evolución constante que se sucede en el cine: el blockbuster, la creación de nuevos espacios para la proyección y la creación de los filmes, nos encontramos bajo estructuras narrativas de lenguaje cinematográfico que han perdido valor por la necesidad de la instantaneidad y la aceptación y socialización mayor de los contenidos televisivos y a su vez una demanda por parte del espectador de éstos, reflejado en la ganancia y los números de asistentes. Provocando a su vez que los productos en pantalla se volvieran cada vez más parecidos a los medios de comunicación y menos a las estructuras narrativas cinematográficas.

Ejemplos tenemos los productos mexicanos del siglo XXI de Eugenio Derbez y Martha Higareda recientemente, que utilizan más un lenguaje del melodrama televisivo de Televisa, que una estructura dramática cinematográfica. Perdiendo un valor de estructura artística y convirtiéndose en una extensión de la televisión.

¿Entonces los productos artísticos de cineastas contemporáneos han perdido el valor dentro de los circuitos comerciales, esto provocará una muerte del arte y un pie al entretenimiento puro? A partir de las construcciones de públicos podemos mencionar que la estructura artística del cine bajo una formalidad sigue generando productos y estrategias de promoción, los ya mencionados festivales, así como plataformas web especializadas en contenidos de este tipo. Ya que, para la Industria Cultural es importante generar contenido-ganancia en todos los sectores de la sociedad.

No podemos hablar de una estandarización por completo de gustos, ya que esto lo marcamos fuera de una realidad. Ejemplo es México: un país sin una industria formal, produzca 100 films al año<sup>8</sup>, aproximadamente. En las que encontramos

---

<sup>8</sup> Según el anuario estadístico de IMCINE. <http://www.imcine.gob.mx/comunicacion-social/comunicados-y-noticias/presenta-imcine-el-anuario-estadistico-de-cine-mexicano-2014>

cinematografía comercial, como la mencionada de Derbez o Higareda, y ganadoras de festivales importantes, como Cannes.<sup>9</sup>

Pero lo que si encontramos es un gusto y por lo tanto un alcance formal de este cine arte hacia todas las estructuras sociales. Como lo tienen los filmes en serie o el de contenidos laxos. Esto no sólo debido al número de copias que se distribuyen en los circuitos de exhibición, sino a la demanda de un espectador que no se encuentra familiarizado con las estructuras narrativas cinematográficas. Un espectador que no alcanza a distinguir entre un espacio artístico en pantalla a sólo una proyección de un capítulo de la serie televisiva. El mencionado analfabeta audiovisual.

Se podría preguntar, lector, lectora, ¿qué influencia podría generar que la analfabeta audiovisual consuma sólo productos por entretenimiento y no sólo los estados formales? Si mencionamos que los productos dentro de la Industria Cultural son diferenciados por un espectador ávido de individualidad y de autodefinición de gustos. Pero dentro la etapa que vivimos actualmente, encontramos obras seriadas y representativas de una cinematografía comercial, dado sus alcances y los temas, pero que se mueven en una hibridación hacia lo artístico, esto referido a que él tiene un artista representativo en ella que marca su visión y sus referencias, pero que se mueve en circuitos más extensos a los considerados “artísticos”, véase el caso del Quentin Tarantino y C. Nolan, entre otros.

Estos manejan un uso de lenguaje y la narrativa cinematográfica, dando pie a un ejercicio de interpretación más complejo, pero que el espectador analfabeta no alcanza a comprender basado en su desconocimiento de la forma. Y a su vez enterrando a estos autores en el panteonismo pop, sin llegar a decodificar la obra por completo y perdiendo la información y socializando solamente lo descodificado.

---

<sup>9</sup> Véase Cineastas como Carlos Reygadas y Amat Escalante, entre otros.

### 3.2 Un Analfabetismo

A lo largo de los dos capítulos anteriores se llevo a un análisis de la estructura cinematográfica más allá del estudio del cine por sí mismo, sino se llevó a un entendimiento y relación de elementos constantes que van generando más información en la relación espectador-cultura-industria-creador. A partir de la cual ésta información va generando una cuádruple interacción para el entendimiento del cine como producto individual y no como un medio generalizado de información.

Basado en que la misma lógica y utilización de un lenguaje propio dota a la cinematografía de una capacidad de expresión e interpretación única. Bajo la cual dado la evolución constante que se definió en el capítulo uno, a partir del “Choque Moderno”, el autor cinematográfico tomó la batuta de creación dotando a su producto una capacidad artística formal , bajo un lenguaje, o una estructura simple de entretenimiento.

Pero nunca hay que perder de vista que la creación cinematográfica y su distribución en los distintos estados y concepciones dotan a la película un estado de proyección necesaria que terminaría con el espectador, pero dado a la nueva forma de comunicación que se ha generado en nuestro “*hipermodernismo*” que las relaciones de concepción cinematográfica han sido más complejas. Pero que la esfera social y del espectador desde su concepción psicológica no ha sido dotado con las herramientas de decodificación de los mensajes propuestos por el creador cinematográfico y que esto ha provocado el mencionado “analfabetismo audiovisual”

Esto ha dado como resultado que la cinematografía en su acepción artística y de entretenimiento sea concebida e unificada como un medio más de comunicación, desestimándole su forma lingüística propia. A lo que podrá traer de consecuencia, no una muerte de la cinematografía, si no una construcción superflua y una pérdida del lenguaje a partir de una desestimación y evolución de las formas.

Que, como ya mencionamos, está generando una retroalimentación constante que araña todas las escalas de información y de interacción dentro de nuestros diagrama, inclusive la escala creativa, provocando una unilateralidad de información. Reflejada sobre todo en los productos nuevos de creadores, en el que el lenguaje cinematográfico no se utiliza más que como excusa no como base de la creación. O inclusive sin llegar a la excusa y ser parte de una narrativa con tintes más de otros medios que de la cinematografía. Perdiendo su capacidad de asombro al espectador por la fuerza de la imagen.<sup>10</sup>

### **3.2 Hacia un Entendimiento**

Por los alcances que tienen los productos audiovisuales en la vida cotidiana, encontramos que para entender y crear bajo una estructura pura de un lenguaje, se tiene que instruir a los espectadores y creadores en una esfera de comunicación constante. Ya sea desde una educación básica, dado el nuevo uso de las tecnologías de información como herramienta de trabajo, y un rescate los estudiantes en las universidades. Dado a esto podemos decir que en la industria cultural hay un analfabetismo audiovisual con el que tratar. Y que no se ha ido trabajando en ningún espacio académico como tal. Ya que, estos últimos (sobre todo en las carreras afines a comunicación y diseño), utilizan un lenguaje parecido a las estructuras básicas de la forma, se debe completar el trabajo conjuntando este lenguaje hacia prácticas de uso correcto del mismo.

Esto basado a que si consideramos que estamos inmersos en una esfera globalizada unida o construida bajo interacciones de los medios audiovisuales. Debemos romper el nudo que genera el analfabetismo en la interpretación y retroalimentación para una comunicación completa. O mayor.

Sin perder de vista que los creadores normalmente utilizan el lenguaje como expresión a parte de la narrativa del guión y podría generar un discurso de igualdad. Ya que, la mayoría de las veces para poder interpretar correctamente las estructuras narrativas y lingüísticas del producto cinematográfico, se debe revisar más información. Un ejemplo claro es el cine de Steven Spielberg y George Lucas con

---

<sup>10</sup> Recordemos la fuerza del montaje de Psicosis de Alfred Hitchcock

sus famosas “Star Wars” basadas en estructuras utilizadas por los japoneses anteriormente y que se puede leer de manera completa estudiando a Akira Kurosawa.

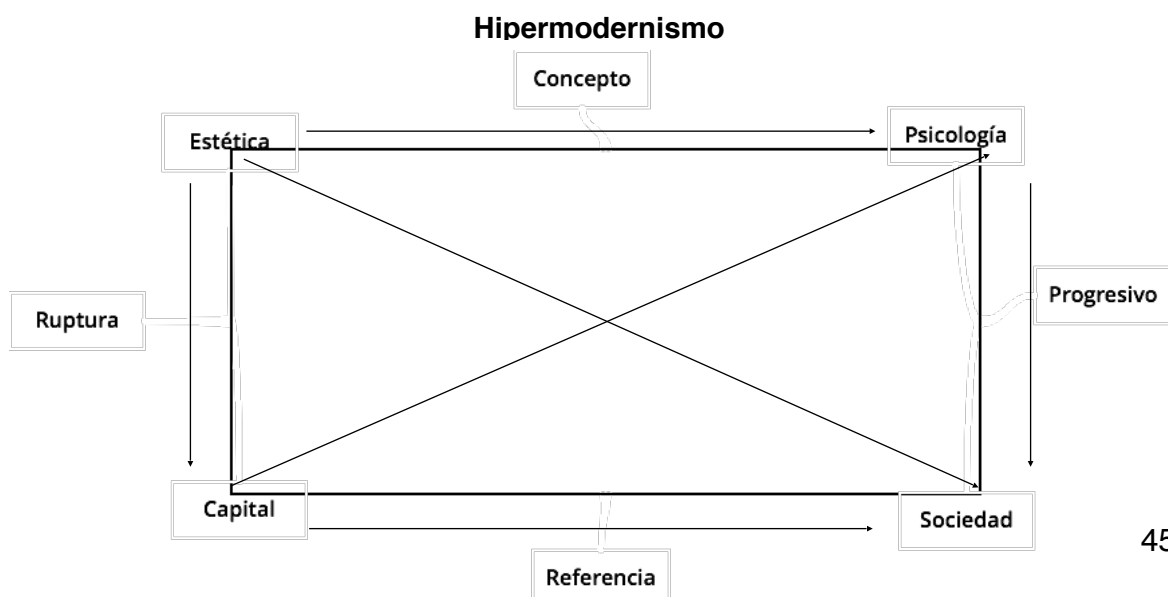
Esto a su vez, generaría un estado de transformación de las estructuras básicas de producción en la industria, generando productos de entretenimiento y artísticos que provoquen un ensayo o una forma completa y compleja de entendimiento, además de un reconocimiento propio de la estructura o filme en su individualidad que dado a partir del Choque Moderno planteado en nuestro recorrido histórico provocaría un “hipermodernismo” mas estructurado y completo.

Y en consecuencia se podrían crear nuevas formas de comunicación efectiva a partir de una estructura compleja. Ya sea como mensajes o fotografías, o inclusive conocimiento a partir de la documentación e investigación. Alcanzando un público mayor y con mas conocimiento.

Básicamente generando una estructura de comunicación que trascienda más allá de las expresiones artísticas cinematográficas y rompiendo las barreras bajo un esquema de entendimiento basado en secuencialidades.

Además de rompiendo las barreras de la creación para una mayor propuesta local y que trascienda a lo global. Dado a los alcances ya mencionados.

Para esto proponemos una evolución de nuestro Diagrama 1 (pág. 3) en el cual nos servirá de base para el entendimiento de la construcción de la película en el cine :



Haciendo constar que para la creación cinematográfica nos tendríamos que encontrar en la estructura central del Diagrama. Balanceando un uso de la narrativa cinematográfica con un uso personal llevándolo a una sociedad que fuera capaz de entender el mensaje y mediado por una Industria Cultural que no prohibiera el mensaje ni que generara una ruptura por la construcción de la estética.

Y esta industria tendría que caer y retroalimentar con la sociedad una interacción de entendimiento en que la sociedad se encuentre capacitada de un entendimiento del mensaje propuesto por el creador. Y concebir la cinematografía como una forma de expresión artística. Para romper el nudo de analfabetismo y comprender a la película desde su propia concepción no como una unificación de criterios comerciales.

# Montaje

Conclusión

*El cine, como lengua escrita de la realidad, tiene probablemente la misma importancia revolucionaria que ha tenido la invención de la escritura.*

**Pier Paolo Pasolini** (Bologna, Italia, 1922-1975)

Entender a la cinematografía como un producto artístico individual, dentro de una sistema de relaciones tanto sociales-comerciales y estructurada su creación bajo una lógica formal estética, ha planteado una búsqueda de entendimiento en la que la situación actual de los productos y las lógicas de consumo han hecho perder estas estructuras formales de creación.

Dando un resultado que se expone en el capítulo tres, vivimos en una era en que la información, por mucha y fácil que se pueda obtener, está perdiendo las estructuras bajo una lógica de consumo inmediato por parte de un espectador que sólo es capaz de seguir un entendimiento simple y laxo, convirtiendo los mensajes (películas) en estructuras cada vez menos complejas, y encriptadas en clichés y desarticuladas de la lógica estética.

El cine es arte, el cine es entretenimiento, pero se ha ido construyendo una lógica de creación e interpretación en nuestra industria cultural (por consiguiente en nuestro consumo-identificación de elementos) de aceptación de productos que sean laxos o en su mayoría en una lógica de creación y distribución estadounidense (Hollywood).

Nos ha ido construyendo discursos bajo frases populares (“el cine de arte es aburrido” “yo sólo voy al cine a apagar el cerebro y divertirme”) que van permeando en una lógica de consumo y creación. Ahora las estructuras narrativas no son lo importante: no es primordial si no se cumple una lógica de verosimilitud en la narrativa, no es influyente los cánones de género o estructura estética, lo que importa es seguir en una maquillación de productos estandarizados que han hecho creer al espectador que es imposible descifrar los productos que cumplen estos objetivos, en pocas palabras han hecho tonto al espectador.



Con esto no estamos diciendo que el espectador no debe de seguir una lógica de consumo en base a los gustos propios e identificaciones que van generando a su vez una percepción más completa y un estímulo mayor por parte del film hacia el espectador, nos referimos a que las estructuras simples o laxas, basados en un rompimiento de la construcción cinematográfica y la maquilación de productos (films) en serie (véase toda la estructura actual de Marvel Studios o Lucas Film) ha hecho que los espectadores ya no sean capaces de una identificación de elementos más grandes y se conformen con productos simples que incluso presentan fallas.<sup>11</sup>

A partir de esto podemos mencionar en nuestro recorrido histórico en el capítulo 1, que las estructuras estéticas han ido perdiendo valor conforme se va masificando los productos y la información, esto lo podemos ver reflejado en un pequeño análisis de las estructuras tanto narrativas como estéticas de los grandes éxitos del cine y hacer una comparación. Podemos mencionar que el ahora mencionado y alabado Alfred Hitchcock no se consideraba un cineasta de autor, su cine estaba hecho para ser el *hit* de la taquilla.

Si comparamos los productos comerciales de Hitchcock (Psicosis es un ejemplo base) o los inicios de los Blockbuster (marcamos este inicio con Jaws (Spielberg, 1975) y comparamos las estructuras en los últimos Blockbuster veraniegos de 2014, véase Transformers 4 (Bay, 2014). Encontramos que la estructura narrativa como la estética se ve dominada por los efectos especiales, por tratar de cumplir y *espectacularizar* lo puesto en pantalla, perdiendo los cánones de creación tanto narrativa como estética.

Esto tiene como resultados un cinema que esté basado en productos en serie, repeticiones, estructuras incompletas y que el espectador promedio o el pasivo, no sea capaz de entender porque y se conforme bajo una lógica de consumo por

---

<sup>11</sup> Véase el caso de la utilización de elementos repetitivos en las series o en las “franquicias”. Mismas historias, giros dramáticos etc.

entretenimiento. Sin entender estas. Y desechando los productos estilizados bajo una lógica de aburrimiento o de el no entretenimiento.

Esto nos ha llevado a una esfera cultural de analfabetismo, en el que el espectador se ha vuelto flojo, conformista, y con incapacidad de descubrimiento. A su vez se ha ido construyendo una maquinaria industrial de proyección<sup>12</sup> y creación con estos elementos, separando las estructuras cinematográficas para fines de consumo, sin una búsqueda de creación bajo las narrativas cinematográficas que hemos ido revisando en nuestro recorrido histórico, perdiendo la creación individual del creador bajo una escuela de símiles o clichés como lo es Hollywood.<sup>13</sup>

El cine es arte, es ilusión es identificación, es creación y es expectación, ha sido un tren de sueños que ha ido cambiando nuestro mundo, pero que se ha descarrilado para ponerse en venta como producto en serie. Se ha ido perdiendo la concepción individual de un film se ha seriado como producto televisivo y en el espectador promedio ha llevado a construcciones iguales y que no sea capaz de separar estos dos medios diferentes. Se está perdiendo su valor como arte, como creador de ilusiones y de reflexiones bajo una lógica de construcción social de lo “entretenido” y lo “aburrido” cayendo lo primero en lógicas simples que no llevan a identificaciones mayores.

Y esto, a la larga o a mediano plazo, puede llevar a una “muerte”, no en el aspecto de ya no producción si no en el de pérdida de los valores individuales que se fueron construyendo a lo largo de la historia. Y a que el espectador ya no sea capaz de identificar ningún elemento cinematográfico.

---

<sup>12</sup> Esto referido a que se ha ido construyendo más salas cinematográficas al rededor del mundo y hay más espacios de proyección pero se ha ido repitiendo los esquemas, no por más salas hay más contenido

<sup>13</sup> Véase lo símil que es el cine Mexicano en sus ámbito industrial al cine del vecino del norte.

## Bibliografía

Bordwell, D. y Thompson, Kristin. (1995) *El arte Cinematográfico*: Barcelona, Paidós.

Camporesi, Valeria ( 2014) *Pensar la Historia del Cine* Madrid: Cátedra.

Chateau, Dominique (2010) *Estética del Cine*. Buenos Aires: La Marca editorial.

Costa, Antonio (2008) *Saber ver el Cine*. Barcelona: Paidós.

Clares Gavilán, Judith (2014) *Internet ni canibaliza ni es una amenaza* en Revista de los Estudios de Ciencias de la Información y de la Comunicación. Disponible: <<http://comein.uoc.edu/divulgacio/comein/es/numero34/articles/Article-Judith-Clares.html>> (Febrero 2015)

Creel, Santiago (2002) *ACUERDO mediante el cual se expiden los criterios para la clasificación de películas cinematográficas*. En Secretaría de Gobernación. Disponible <<http://www.gobernacion.gob.mx/work/models/SEGOB/Resource/144/1/images/criterios.pdf>> (Marzo 2015)

Gombrich, E. H. (2007) *Arte, percepción y realidad*. Barcelona: Paidós.

Gombrich, E. H. ( 2011) *La historia del Arte*. (16a edición) China: Phaidon

IMCINE (2015) *Anuario Estadístico de Cine Mexicano 2014* en IMCINE. Disponible en <<http://www.imcine.gob.mx/comunicacion-social/comunicados-y-noticias/presenta-imcine-el-anuario-estadistico-de-cine-mexicano-2014>> (Marzo 2015)

Landau. Neil y Frederick, M.. (2013). *101 cosas que aprendí en la Escuela de Cine*. Madrid: ABADA.

Lipovetstky, G. y Serroy, J. (2009) *La Pantalla Global: Cultura Mediática y Cine en la era Hipermoderna*. Barcelona: Anagrama.

Martel, Frederic ( 2011) *Cultura Mainstream. España*: Taurus Ediciones.

Romero Cervantes, Victor *Ciclo: De la Cacería de brujas al fin del código Hays* en Filmoteca UNAM, Disponible en <<http://www.filmoteca.unam.mx/amiba/index.php/84-filmoteca-noticias-breves/305-ciclo-de-la-caceria-de-brujas-al-fin-del-codigo-hays>> (Marzo 2015)

Thompson, John P. (1993), *Ideología y cultura moderna. Teoría crítica social en la era de la comunicación de masas*, México, UAM Xochimilco.

Tornero, Angélica y Miquel, A (coord.). (2014). *Cine, literatura, teoría: aproximaciones transdisciplinarias*. Cuernavaca: Itaca.

Zavala, Lauro. (1994). *Permanencia Voluntaria. El cine y su espectador*. Veracruz: Universidad Veracruzana

Zavala, Lauro. (2003). *Elementos del discurso cinematográfico*. México: UAM Xochimilco